



**Dodatečná informace č. 1
k zakázce**

**„STRATEGIE A KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ PRO
ZVÝŠENÍ POČTU OBYVATEL S TRVALÝM POBYTEM
VE ŠLAPANICÍCH“**

Identifikační údaje o zadavateli:

Název:	Město Šlapanice
Sídlo:	Masarykovo nám. 100/7, 664 51 Šlapanice
IČ:	002 82 651
Zastoupené:	Mgr. Michaelou Trněnou, starostkou

Identifikační údaje o veřejné zakázce:

Druh veřejné zakázky:	Veřejná zakázka na služby
Druh zadávacího řízení:	Veřejná zakázka malého rozsahu 2. kategorie
Limit veřejné zakázky:	Veřejná zakázka malého rozsahu

Věc: Dodatečná informace k zadávací dokumentaci č. 1

Vážení dodavatelé – uchazeči,

Zadavatel obdržel od uchazeče dotazy, na které odpovídá:

Dotaz uchazeče č.1

V sekci 4 smlouvy – Lhůta plnění jsou uvedeny termíny pro zhotovení jednotlivých částí kampaně od data podpisu smlouvy. Činnosti uvedené v čl. 2.3 c) smlouvy do 10 měsíců od podpisu smlouvy – což je také nejdelší lhůta pro dokončení. Lhůta pro dokončení celého díla je však 18 měsíců. Co je prosím předmětem plnění zbylých 8 měsíců? Jedná se o rezervu?

Odpověď na dotaz č.1

Zadavatel předpokládá celkovou délku akce maximálně 18 měsíců. Zadavatel předpokládá, že v průběhu realizace může dojít například k jakékoliv potřebě schválení zadavatelem, řešení problému třetí stranou, znalecký posudek apod., na což nemá realizátor služby vliv a bude nutno vyčkat na výsledek. Tato případná přerušení by měla být pokryta touto rezervou.

Dotaz uchazeče č. 2

V čl. 2.3 b) smlouvy - Ucelený návrh komunikační kampaně obsahující předpokládaná média, časový plán, finanční plán, spolu s definovanými odpovědnostmi za jednotlivé kroky, se počítá i s nákupem mediálního prostoru zhotovitelem? Má zhotovitel nákup mediálního prostoru započítat do celkové ceny? Po jak dlouhé období má komunikační kampaň běžet? Případně jaká je maximální délka kampaně?



ceny? Po jak dlouhé období má komunikační kampaň běžet? Případně jaká je maximální délka kampaně?

Odpověď na dotaz č.2

Zadavatel předpokládá realizaci akce na vlastních mediálních prvcích, které jsou v jeho režii a tudíž není nutno řešit cenovou náročnost. Jsou to:

Infokanál města, městský rozhlas, zpravodaj města, www stránky, facebook, instagram, výlepové plakátové plochy, zadavatel nepředpokládá realizaci akce v celoplošných médiích. Pro roznos propagačních materiálů má zadavatel své pracovníky. Tisk propagačních materiálů by byl řešen přímo zadavatelem. Zadavatel zatím neurčil délku kampaně a předpokládá tento návrh ve strategii od uchazeče.

Dotaz uchazeče č. 3

V ZD se neuvádí cena. Chápeme správně, že není stanovena nejnižší, ani nejvyšší přípustná cena?

Odpověď na dotaz č.3

Výběrové řízení je vyhlášeno jako veřejná zakázka malého rozsahu na služby, jejíž horní hranice je podle zákona o veřejných zakázkách max. 2 mil. Kč bez DPH. Zadavatel v tomto případě nezveřejňuje minimální a maximální přípustnou cenu.

Na základě této dodatečné informace zadavatel ponechává lhůtu pro odevzdání nabídek v původním termínu.

Ve Šlapanicích dne 11.11.2020

MĚSTO ŠLAPANICE
Klasarykovo náměstí 100/7
564 51 Šlapanice

Mgr. Michaela Trněná
starostka